

## WO0147237

Publication Title:

METHOD FOR PROMOTING SALES AND TRADE USING AUDIO-VISUAL MEDIA

Abstract:

Abstract of WO0147237

The invention relates to a method for promoting sales and trade, using audio-visual media to promote goods and/or services via radio or TV broadcasts or similar. An identification code, which is intended for the promoted goods and/or services, accompanies the broadcast. Said code can be temporarily saved by a receiver that is available to the customer for this purpose. In addition, a customer-specific code, containing at least customer-specific details and authorizing the customer to participate in the process, is input and stored in the receiver. If the customer is interested in the goods and/or services offered, the identification code is saved together with the customer-specific code, using a control signal which is triggered directly or indirectly by the customer. Said process is processor-controlled. The saved code packet is subsequently forwarded to the supplier, or to a service centre commissioned by said supplier, in order to contact and/or make a delivery to said customer. Data supplied from the esp@cenet database - Worldwide

-----

Courtesy of <http://v3.espacenet.com>

(12) NACH DEM VERTRAG ÜBER DIE INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT AUF DEM GEBIET DES  
PATENTWESENS (PCT) VERÖFFENTLICHTE INTERNATIONALE ANMELDUNG

(19) Weltorganisation für geistiges Eigentum  
Internationales Büro



(43) Internationales Veröffentlichungsdatum  
28. Juni 2001 (28.06.2001)

PCT

(10) Internationale Veröffentlichungsnummer  
**WO 01/47237 A2**

- (51) Internationale Patentklassifikation<sup>7</sup>: H04N (81) Bestimmungsstaaten (*national*): AE, AG, AL, AM, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BR, BY, BZ, CA, CH, CN, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DZ, EE, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, HR, HU, ID, IL, IN, IS, JP, KE, KG, KP, KR, KZ, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LV, MA, MD, MG, MK, MN, MW, MX, MZ, NO, NZ, PL, PT, RO, RU, SD, SE, SG, SI, SK, SL, TJ, TM, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VN, YU, ZA, ZW.
- (21) Internationales Aktenzeichen: PCT/EP00/13035
- (22) Internationales Anmeldedatum:  
20. Dezember 2000 (20.12.2000)
- (25) Einreichungssprache: Deutsch
- (26) Veröffentlichungssprache: Deutsch
- (30) Angaben zur Priorität:  
199 62 104.7 22. Dezember 1999 (22.12.1999) DE  
100 03 074.2 25. Januar 2000 (25.01.2000) DE  
100 56 255.8 14. November 2000 (14.11.2000) DE
- (71) Anmelder (*für alle Bestimmungsstaaten mit Ausnahme von US*): HÄNSLER, Peter [DE/DE]; Lindauer Strasse 16, 88239 Wangen (DE).
- (71) Anmelder und
- (72) Erfinder: LUMMITZSCH, Stefan [DE/DE]; Lindauer Strasse 16, 88239 Wangen (DE).
- (74) Anwalt: RIEBLING, Peter; Postfach 3160, 88113 Lindau (DE).
- (84) Bestimmungsstaaten (*regional*): ARIPO-Patent (GH, GM, KE, LS, MW, MZ, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZW), eurasisches Patent (AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), europäisches Patent (AT, BE, CH, CY, DE, DK, ES, FI, FR, GB, GR, IE, IT, LU, MC, NL, PT, SE, TR), OAPI-Patent (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG).

**Veröffentlicht:**

— Ohne internationalen Recherchenbericht und erneut zu veröffentlichen nach Erhalt des Berichts.

Zur Erklärung der Zweibuchstaben-Codes, und der anderen Abkürzungen wird auf die Erklärungen ("Guidance Notes on Codes and Abbreviations") am Anfang jeder regulären Ausgabe der PCT-Gazette verwiesen.

(54) Title: METHOD FOR PROMOTING SALES AND TRADE USING AUDIO-VISUAL MEDIA

(54) Bezeichnung: VERFAHREN ZUR VERKAUFS- UND ABSATZFÖRDERUNG MITTELS AUDIO-VISUELLER TECHNIK

(57) Abstract: The invention relates to a method for promoting sales and trade, using audio-visual media to promote goods and/or services via radio or TV broadcasts or similar. An identification code, which is intended for the promoted goods and/or services, accompanies the broadcast. Said code can be temporarily saved by a receiver that is available to the customer for this purpose. In addition, a customer-specific code, containing at least customer-specific details and authorizing the customer to participate in the process, is input and stored in the receiver. If the customer is interested in the goods and/or services offered, the identification code is saved together with the customer-specific code, using a control signal which is triggered directly or indirectly by the customer. Said process is processor-controlled. The saved code packet is subsequently forwarded to the supplier, or to a service centre commissioned by said supplier, in order to contact and/or make a delivery to said customer.

(57) Zusammenfassung: Die Erfindung betrifft ein Verfahren zur Verkaufs- und Absatzförderung mittels audio-visueller Technik zur Präsentation von Waren und/oder Dienstleistungen über Rundfunk-, TV- oder dergleichen Sendungen, wobei sendungsbegleitend ein auf die vorgestellte Ware und/oder Dienstleistung gerichteten Identifikationscode ausgestrahlt wird, welcher von einem hierfür beim Kunden vorhandenen Empfänger zwischenspeicherbar ist. Weiterhin wird im Empfänger ein kundenspezifischer Code mindestens mit kundenspezifischen Angaben eingegeben und abgelegt, welcher den Kunden als Verfahrensteilnehmer legitimiert. Bei Interessensbekundung an der dargebotenen Ware und/oder Dienstleistung erfolgt über ein Schaltsignal unmittelbar oder mittelbar ausgelöst vom Kunden prozessorgesteuert ein Abspeichern des Identifikationscodes zusammen mit dem kundenspezifischen Code, wobei im Anschluss das abgespeicherte Codepaket zum Anbieter oder einer von diesem beauftragten Servicezentrale zur Kontaktaufnahme und/oder Lieferung mit oder an den Kunden weitergeleitet wird.



WO 01/47237 A2

---

Verfahren zur Verkaufs- und Absatzförderung mittels audio-visueller Technik

---

Beschreibung

Die Erfindung betrifft ein Verfahren zur Verkaufs- und Absatzförderung mittels audio-visueller Technik zur Präsentation von Waren und/oder Dienstleistungen über Rundfunk-, TV- oder dergleichen Sendungen.

5

Die Präsentation von Waren oder Dienstleistungen über Rundfunk- oder TV-Sendungen ist seit längerer Zeit bekannt. Spezielle Programme oder Programmteile widmen sich hierbei der Produktvorstellung, wobei der Kunde die Möglichkeit hat, die Produkte im Nachgang telefonisch oder schriftlich zu ordern.

10

Hierbei ist jedoch von Nachteil, daß zum einen der Kunde die entsprechenden Informationen für das Ordern der Ware notieren muß und daß zum anderen ein unmittelbarer Kontakt mit einem potentiellen Kundenkreis nicht oder nur dann zustande kommt, wenn der Kunde sich zu aktivem Handeln entschließt. Darüber hinaus hat es sich gezeigt, daß bei Präsentations- oder Verkaufsaktionen mit telefonischer Rückmeldung im Regelfall unmittelbar nach Beenden der Sendung oder noch während des Ausstrahlens die geschalteten Leitungen überlastet sind, so daß der potentielle Kunde von einem weiteren Versuch der Informationsbeschaffung oder Warenbestellung Abstand nimmt.

15

20

25

Eine über das Internet angebotene Möglichkeit des sogenannten Online-Shoppings ermöglicht es, unter Nutzung geeigneter

Software über einen Personal-Computer Zugriff auf Datenbestände von Versandhäusern oder anderen Warenanbietern zu nehmen. Auch hier muß sich der Kunde durch das teilweise recht unübersichtlich dargebotene Material bewegen, um dann mit recht aufwendiger Arbeit seinen persönlichen Warenkorb zu füllen und die Bestellung abzusetzen. Das Arbeiten im Internet zieht für den Kunden mindestens teilweise nicht unerhebliche Kosten nach sich, die zum einen in der Beschaffung der geeigneten Technik bestehen und zum anderen auf die Gebühren der Festnetz-Telekommunikationsbetreiber zurückzuführen sind.

Darüber hinaus ist aus der DE 196 47 341 C1 ein Verfahren und eine Anordnung zur Projektion und Rezeption von visuellen und audio-visuellen Botschaften und deren Analyse für die Ermittlung der Reichweite des Käuferverhaltens bekannt.

Gemäß dortiger Lehre wird vorgeschlagen, mindestens einen Projektionsbereich mit einem Eingangs- und einem Ausgangsensor zur Steuerung der Projektion über architektonisch und ergonomisch angeordnete Displays und zur Ermittlung der Reichweite vorzusehen. Zusätzlich ist ein Konsumtionsbereich mit einer elektronischen Kasse zur Erfassung des Kaufverhaltens vorhanden, wobei beide Bereiche zusammenfallen können. Die aus den Bereichen gelieferten Daten werden mittels eines Computers korreliert und hieraus ein bestimmtes Käuferverhalten gegebenenfalls statistisch bewertet abgeleitet.

Aus dem Vorgenannten ist es daher Aufgabe der Erfindung, ein neuartiges Verfahren zur Verkaufs- und Absatzförderung mittels audio-visueller Technik zur Präsentation von Waren- und/oder Dienstleistungen anzugeben, das es gestattet, in einfacher Weise quasi bidirektional Informationen zur dargebotenen Ware oder Leistung anzufordern oder unmittelbar eine Bestellung auszulösen, ohne daß der Kunde in diesem Informations- oder Bestellprozeß durch aufwendige Dateneingabe oder nachträgliche Kontaktaufnahme eingebunden wird.

Weiterhin soll mit dem zu schaffenden Verfahren die Möglichkeit gegeben sein, in besonders effektiver, wirksamer und schneller Weise ein Käuferinteresse abzuheben, um hieraus neue Erkenntnisse für die Marktforschung zu gewinnen.

5

Die Lösung der Aufgabe der Erfindung erfolgt mit einem Verfahren gemäß den Merkmalen nach Patentanspruch 1, wobei die Unteransprüche mindestens zweckmäßige Ausgestaltungen und Weiterbildungen umfassen.

10

Erfindungsgemäß wird davon ausgegangen, bei dem Verfahren zur Verkaufs- und Absatzförderung mittels Rundfunk-, TV- oder dergleichen Sendungen sendungsbegleitend ein auf die vorgestellte Ware und/oder Dienstleistung gerichteten Identifikationscode auszustrahlen, wobei dieser Identifikationscode auch Informationen über den Sender selbst, z.B. dessen lokalen Standort oder eine Internet-Adresse zum direkten Zugriff mittels PC, WAP-Mobiltelefon bzw. UMTS-Endgerät enthalten kann. Der sendungsbegleitend ausgestrahlte Identifikationscode wird von einem hierfür beim Kunden vorhandenen oder eingerichteten Empfänger selektiert und zwischengespeichert.

15

20

Weiterhin wird dem Empfänger ein kundenspezifischer Code mit mindestens kundenidentifizierenden Angaben zugeführt bzw. eingegeben und abgelegt, welcher den Kunden als Verfahrensteilnehmer legitimiert.

25

Bei Interessensbekundung an der dargebotenen Ware und/oder Dienstleistung, z.B. beim Hören einer Radiosendung oder beim Empfang eines Fernsehprogramms kann unmittelbar oder mittelbar vom Kunden ein Schaltsignal ausgelöst werden, das dann prozessorgesteuert ein Abspeichern des Identifikationscodes zusammen mit dem kundenspezifischen Code auslöst. Im Anschluß erfolgt ein Senden oder Übertragen des abgespeicherten Codepakets zum Anbieter oder einer von diesen beauftragten Servicezentrale, die dann eine Kontaktaufnahme mit dem Kunden herstellt und/oder eine Lieferung der bestellten Ware oder Dienstleistung an den Kunden veranlaßt. Eine Bestellbe-

30

35

stätigung, gegebenenfalls weitere Produktinformationen, Preisangaben oder dergleichen kann über eine SMS oder EMAIL zum Kunden geleitet werden.

5 Demnach wird bevorzugt das Codepaket über ein vorhandenes Telekommunikations-Mobilfunknetz übertragen, so daß sich für derartige Netzbetreiber neue Akquisitionsmöglichkeiten erschließen. In diesem Fall besitzt der Empfänger eine Mobilfunk-Sendeeinrichtung oder wirkt mit einer solchen  
10 Einrichtung zusammen.

Der kundenspezifische Code ist bevorzugt auf einem Datenträger, insbesondere einer Chipkarte abgelegt, welche über ein Eingabeterminal vom Empfänger gelesen werden kann.  
15

Aus Sicherheitsgründen und zum Vermeiden von Fehlbestellungen ist vor dem Weiterleiten des Codepakets ein Bestätigungssignal oder das Absetzen eines Freigabesignals seitens des Kunden erforderlich.  
20

In dem Fall, wenn ein erfolgreiches Weiterleiten des Codepakets vom Anbieter oder der Servicezentrale bestätigt werden kann, wird ein Quittierungssignal abgesetzt, so daß der Kunde ein gewünschtes Feedback erhält.  
25

Ausgestaltend besteht die Möglichkeit, bis zum erfolgreichen Quittieren der weitergeleiteten Transaktion prozessorgesteuert erneute Übertragungsoperationen auszulösen.

30 Mittels der Erfindung ergeben sich die Möglichkeiten einer unmittelbaren Einschaltquotenerhebung mit dem Ansatzpunkt einer effektivierten Marktforschung. Darüber hinaus lassen sich gezielt Verkehrs-, Reise-, Bahn- und/oder Fluginformationen abrufen, aber auch der Zugriff auf eine zentrale  
35 oder dezentrale Videodatenbank oder dergleichen gestalten.

Erfindungsgemäß wird also der Kunde von bisher üblichen, mehr oder weniger aufwendigen Operationen in Sachen Kontaktauf-

nahme mit einem potertiellen Dienste- oder Warenanbieter entlastet. Es besteht hierbei selbstverständlich die Möglichkeit, nicht nur die Ware oder Dienstleistung selbst in Anspruch zu nehmen, sondern in einem z.B. vorgelagerten Schritt lediglich nähere Informationen zum Angebot einzuholen. Auch kann ein Kundeninteresse im Sinne einer Vorbuchung oder eines Reservierungsanspruchs notiert werden. Für den Fall, daß beispielsweise spezielle Dienstleistungen wie das Abfragen lokaler Verkehrsinformationen dargeboten und in Anspruch genommen werden sollen, kann abrechnungsseitig jeder Zugriff unter Nutzung des Telekommunikations-Mobilfunknetzes mit einer Einzugsgebühr für den Diensteanbieter verbunden sein.

Die Erfindung soll nachstehend anhand eines Ausführungsbeispiels näher erläutert werden.

Wie zum Stand der Technik erläutert, hat der Nutzer von Empfangsgeräten, wie Radio, Fernsehgerät, Computer mit TV oder Radiokarte, nur die Möglichkeit, mittels Telefonat, Anschreiben oder einem Kundenbesuch bei einer Firma oder Filiale sich vorzustellen, um weitere Produktinformationen abzuheben, ein Produkt zu kaufen oder eine angebotene Dienstleistung in Anspruch zu nehmen.

Beim Ausführungsbeispiel nach der Erfindung wird jeder Rundfunk- und/oder Fernsehsendung einschließlich der dort ausgestrahlten Werbespots eine Identifikations-Adresse als Identifikationscode zugeordnet. Diese ID-Adresse wird vom Rundfunk- und Fernsehsender bevorzugt digital oder in der sogenannten Austastlücke des Bildsignals innerhalb der Ausstrahlungs- bzw. Sendezeit mitübertragen.

Die für das Verfahren geeigneten Empfangsgeräte besitzen eine interne Speichereinheit oder sind mit einer externen Speichereinheit nachrüstbar. Jedes Empfangsgerät wird mit einem Prozessor ausgestattet oder mit einer einen Prozessor

aufweisenden Nachrüstbox versehen, welcher über geeignete Software den Verfahrensablauf gestaltet.

5 Bei einer Erstbenutzung des Verfahrens gibt der Besitzer die erforderlichen Daten, die seine persönliche Kennung ermöglichen, in das Empfangsgerät ein, welche dort abgespeichert werden. Diese Eingabe kann auch mit einer Chipkarte, auf der die entsprechenden Informationen abgelegt sind, erfolgen. Auch ist die Eingabe der persönlichen Kennung über einen  
10 Zahlencode oder dergleichen möglich.

Die individuelle persönliche Kennung des Nutzers bzw. potentiellen Kunden wird fester Bestandteil der Systemdaten. In dem Fall, wenn ein Empfangsgerät an einen Dritten weitergegeben wird, kann die zuvor eingegebene oder dort abgelegte  
15 persönliche Kennung gelöscht werden, wobei der neue Benutzer auch in die Lage versetzt ist, über einen eigenen Code am vorgestellten Verfahren teilzunehmen.

20 Um Mißbrauch des Verfahrens seitens Dritter auszuschließen, steht selbiges nach der Inbetriebnahme des Empfangsgeräts erst dann zur Verfügung, wenn ein Aktivieren, z.B. durch einen speziellen Zahlencode erfolgt. Dieses Aktivieren kann sowohl vom Nutzer als auch vom Diensteanbieter oder in  
25 Wechselwirkung vorgenommen werden.

In dem Fall, wenn der für den Dienst zugelassene Nutzer an einem Produkt interessiert ist, das während einer ausgestrahlten Rundfunk- oder Fernsehsendung vorgestellt wird, und  
30 hier nähere Informationen gewünscht werden, so kann der Nutzer mittels Knopfdruck die ID-Adresse der ausgestrahlten Sendung vom System seines Empfangsgeräts abspeichern lassen. Alternativ kann auch für eine Zeit während bzw. nach der jeweiligen Sendung ein automatisches Abspeichern erfolgen,  
35 wobei der Speicherinhalt bei Nichtbestätigung nach einem bestimmten Zeitablauf gelöscht wird.



Auf jeden Fall ist sichergestellt, daß das Empfangsgerät dann alle erforderlichen Daten, nämlich den persönlichen Kunden-code, die ID-Adresse der Rundfunk- oder Fernsehsendung enthält.

5

Um diese Daten zum Diensteanbieter zu übertragen oder an eine Servicezentrale weiterzuleiten, erfolgt ein Versand des Daten- oder Codepakets. Dieser Datenversand kann in unterschiedlicher Weise realisiert werden.

10

Zum einen kann die vorgesehene Speichereinheit die Daten mittels Bestätigung durch Tastendruck über einen integrierten Sender absetzen. Dieser Sender greift auf ein zur Verfügung stehendes Funknetz zu, wobei die Übertragungsprozeduren vom im Empfangsgerät vorhandenen Prozessor gesteuert werden.

15

Alternativ besteht die Möglichkeit, Senderrelaisstationen z.B. nach Art von Funkzellen innerhalb eines Telekommunikations-Mobilfunknetzes zur Datenübertragung zu nutzen bzw. auf die von kommerziellen Anbietern zur Verfügung gestellten Leistungen zurückzugreifen.

20

Dadurch, daß die Datenpakete komprimierte Informationen enthalten, ist eine Nutzung der Mobilfunkkanäle nur für einen äußerst kurzen Zeitraum erforderlich, so daß die anfallenden Gebühren im Verhältnis zur Wertschöpfung außerordentlich gering sind.

25

In dem Fall, wenn das Empfangsgerät nicht mobil, z.B. als Autoradio ausgeführt ist, sondern stationär betrieben wird, kann das Absetzen der Codepakete auch über ein Festnetz oder eine IR-Übertragungsstrecke hin zu einem Festnetzanschluß ausgeführt werden.

30

Im Sinne des vorliegenden Ausführungsbeispiels liegt auch die Datenübertragung über das Worldwide Web, ohne daß wie bei einer unmittelbaren Internet-Bestellung eine aufwendige

35

Adresseneingabe, Absenderidentifikation oder dergleichen Operationen erforderlich ist.

5 Es ist ausgestaltend vorgesehen, daß vor dem Absetzen des Codepakets, d.h. der Ausführungsoperation des Datenversands, der Kunde nochmals die Möglichkeit erhält, die gewünschte Operation zu bestätigen oder den Operationsschritt zu löschen.

10 In dem Fall, daß ein kompletter Versand des Codepakets nicht oder nur eingeschränkt möglich ist, was z.B. bei Überlastung des Funk- oder Sendernetzes der Fall sein kann, erfolgt ein wiederholter Versuch eines Verbindungsaufbaus durch den vorhandenen Prozessor, wobei mit Abschluß der Operation ein  
15 Quittierungssignal erzeugt wird. Eine weitere Applikation besteht darin, das vorgestellte Verfahren zum Überwachen von z.B. Räumen zu nutzen, wobei hier eine Einbindung in ein vorhandenes oder nachzurüstendes Alarmsystem denkbar ist.

20 Bei einem ergänzenden Ausführungsbeispiel wird erfindungsgemäß davon ausgegangen, daß einem in einem Kraftfahrzeug befindlichen Rundfunkempfänger eine aktive Funktion zugewiesen wird. Der Grundgedanke besteht hier darin, daß der Empfänger in einem Stand-by-Modus Nachrichten und Infor-  
25 mationen zu Dienstleistungen, z.B. Verkehrsfunkinformationen empfängt, die in einem Speicher abgelegt werden. Der Speicher verfügt dann über eine solche Speichertiefe und/oder Konfiguration, daß eine bestimmte Informationsmenge über einen vorgebbaren Zeitraum abgelegt ist, wobei es gilt, nicht mehr  
30 aktuelle Informationen zu entfernen und durch neue zu ersetzen. Überführt dann der Nutzer den Empfänger von dem Stand-by- in den aktiven Betrieb, dann werden ihm empfangene und abgespeicherte Nachrichten signalisiert, so daß diese abrufbar sind.

35 Auf diese Weise ist beim gewählten Beispiel der Verkehrsnachrichten der Verkehrsteilnehmer mit Fahrtantritt oder Fortsetzung der Fahrt immer über aktuelle Verkehrslagesituationen im Bilde oder kann gezielt zwischenzeitlich

vorliegende aktuelle Dienstleistungen abrufen. Ein derartiger aktiver Empfänger kann demnach zur sinnvollen Ergänzung des Verfahrens zur Verkaufs- und Absatzförderung, aber auch zur verbesserten Darbietung von Information genutzt werden.

5

Ausgestaltend kann eine Orderbestätigung über eine SMS (Short Message Service) oder eine E-Mail (electronic mail) erfolgen. Mit einer solchen Bestellbestätigung erhält der Kunde die Möglichkeit, weitere Produktinformationen zu erhalten, z.B.

10

Preise, alternative Produkte oder Dienstleistungen, oder eine mit Vorbehalt ausgelöste Bestellung kann als endgültig akzeptiert werden. Eine entsprechende Antwort-SMS oder -Mail wird dann an die zuständige Servicezentrale weitergeleitet.

15

Der übertragene Identifikationscode seitens des Rundfunk- oder Fernsehsenders kann ergänzend auch Angaben zu einer Internet-Adresse enthalten, so daß ein direkter Zugriff auf eine entsprechende Homepage möglich ist.

20

In einem solchen Fall bekommt der Kunde über sein Mobiltelefon eine SMS, die vom vorgestellten digitalen Ordersystem ausgelöst wird. Für den Fall, daß das Handy WAP (Wireless Application Protocol)-fähig ist, kann ein Internet-Zugriff auch unmittelbar vorgenommen werden. Mit Umsetzung des UMTS-

25

Standards bestehen dann noch weitere und bessere Möglichkeiten des mobilen Zugriffs auf Internet-Angebote.

Bei einer vorhandenen Schnittstelle am Mobiltelefon können Daten zu einem PC übertragen werden, so daß mit Hilfe des letzteren der Internet-Zugang und das Abheben von Produkt- und/oder Dienstleistungsinformationen vorgenommen wird.

30

Alternativ können derartige Informationen auch direkt als E-Mail mit der entsprechenden Internet-Adresse auf das

35

E-Mailkonto des Kunden geleitet werden. In dem Fall, wo das vorgestellte System eine externe Schnittstelle aufweist, kann eine Kopplung zu weiteren Diensten realisiert werden. Bei-

spielsweise ist eine Kopplung mit einer üblichen Alarmanlage denkbar.

Bei einem ausgelösten Alarm wird dann eine Nachricht direkt auf das Mobiltelefon des Kunden übertragen oder eine Sende-  
5 einrichtung überträgt ein Signal an den Systemempfänger, der wiederum über den dort vorgesehenen Sender ein Signal zum Kunden und/ oder zur zuständigen Servicezentrale weiter-  
leitet.

10 Selbstverständlich kann auch eine solche ergänzende Informationsübertragung über ein Telekommunikationsfestnetz vorgenommen werden. Besonders vorteilhaft ist es, wenn im System Geräte verwendet werden, die einen unmittelbaren Zugang zum Internet über ein entsprechendes Modem besitzen. Nach Erhalt  
15 der Internet-Adresse kann dann die Verbindung aufgebaut werden, ohne daß der Kunde zeitaufwendige Bedien- und Eingabeoperationen zu erfüllen hat. In diesem Sinn besteht auch die Möglichkeit eines Telemarketings durch interaktives Mitwirken des Kunden oder der aktiven Beteiligung, z.B. bei  
20 Talkshows.

Bei einem Fernsehempfänger mit Bildspeicher kann die dem Kunden angebotene Information in den Speicher übernommen und längere Zeit optisch dargestellt werden, ohne daß es zu einem  
25 Zwang oder Druck bei grundsätzlichem Produktinteresse kommt.

Eine Ausgestaltung der Erfindung bezüglich der erwähnten Schnittstelle zum Eingeben externer Informationen z.B. aus einer Alarmanlage oder einem Bewegungsmelder erfaßt auch die  
30 Zeit einer erkannten Aktivität. Der notwendige Sender verfügt über eine eigene Stromversorgung und ist vom übrigen Stromnetz unabhängig. Dieser Sender überwacht die übergeordnete Stromversorgung und löst ein Signal dann aus, wenn erkannt wird, daß diese übergeordnete Stromversorgung z.B. durch  
35 Fremdeingriff unterbrochen wurde.

In einem Kraftfahrzeug kann darüber hinaus ein zusätzlicher Kleinsender installiert sein, welcher über eine Empfänger-

einheit verfügt. Bei einem ausgelösten oder erkannten Alarm wird dieser Kleinsender in einen Sendebereitschaftszustand überführt. Zuständige Behörden, z.B. Polizei oder Zoll, verfügen über eine Sende- und Empfangseinheit, welche ein  
5 Aktivierungssignal kontinuierlich oder in bestimmten Zeitabständen aussendet. Sobald ein Fahrzeug mit einem aktivierten Kleinsender in Reichweite einer Sende- und Empfangseinheit der Behörden gelangt, wird dieser Standby- oder Bereitschaftszustand des Kleinsenders in einen aktiven Sendezustand  
10 überführt. In diesem Zustand überträgt der Kleinsender z.B. Daten des PKWs einschließlich Halter und einen Fremdnutzungshinweis. Danach können die hoheitlichen Eingriffe falls erforderlich vorgenommen werden.

15 Es liegt im Sinn der Erfindung, daß der zusätzliche Kleinsender ebenfalls über eine eigene, autarke Energieversorgung verfügt und nur von autorisierten Personen oder Werkstätten installiert werden darf. Dadurch, daß erst durch behördliche Aktivitäten der Kleinsender in den aktiven Sendezustand  
20 überführt wird, ist ein unerwünschtes Orten des Senders durch den Fremdnutzer oder von ihm beauftragte Dritte ausgeschlossen.

Insgesamt ermöglicht die vorgestellte Technik das Erschließen  
25 neuer Werbe- und Marketingansätze, wobei das Prinzip gilt, daß der Kunde bei momentan vorhandenem Interesse die Möglichkeit erhält, einfach und unkompliziert mehrere Informationen abzuheben oder unmittelbar die entsprechende Ware zu bestellen oder die Dienstleistung in Anspruch zu nehmen. Die  
30 positiven Anfragen können darüber hinaus zum Erfassen des Wirkungsbereichs der jeweiligen Werbemaßnahme genutzt werden, ohne daß aufwendige Verkehrsbefragungen erforderlich sind.

## Patentansprüche

1. Verfahren zur Verkaufs- und Absatzförderung mittels audio-  
5 visueller Technik zur Präsentation von Waren und/oder  
Dienstleistungen über Rundfunk-, TV- oder dergleichen  
Sendungen,  
dadurch gekennzeichnet, daß  
sendungsbegleitend ein auf die vorgestellte Ware und/oder  
10 Dienstleistung gerichteter Identifikationscode ausgestrahlt  
wird, welcher von einem hierfür beim Kunden vorhandenen  
Empfänger zwischenspeicherbar ist,  
weiterhin im Empfänger ein kundenspezifischer Code mindestens  
mit kundenidentifizierenden Angaben eingegeben und abgelegt  
15 wird, welcher den Kunden als Verfahrensteilnehmer legiti-  
miert,  
bei Interessensbekundung an der dargebotenen Ware und/oder  
Dienstleistung über ein Schaltsignal unmittelbar oder  
mittelbar ausgelöst vom Kunden prozessorgesteuert ein  
20 Abspeichern des Identifikationscodes zusammen mit dem  
kundenspezifischen Code erfolgt, wobei im Anschluß das  
abgespeicherte Codepaket zum Anbieter oder einer von diesem  
beauftragten Servicezentrale zur Kontaktaufnahme und/oder  
Lieferung mit oder an den Kunden weitergeleitet wird.  
25
2. Verfahren nach Anspruch 1,  
dadurch gekennzeichnet, daß  
das Codepaket über ein Telekommunikations-Mobilfunknetz über-  
tragen wird, wobei hierfür der Empfänger eine Mobilfunk-  
30 Sendeeinrichtung besitzt oder mit einer solchen zusammen-  
wirkt.
3. Verfahren nach Anspruch 1 oder 2,  
dadurch gekennzeichnet, daß  
35 der kundenspezifische Code auf einem Datenträger,  
insbesondere einer Chipkarte abgelegt ist, welche vom  
Empfänger gelesen werden kann.

4. Verfahren nach einem der vorangegangenen Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, daß vor dem Weiterleiten des Codepakets ein Bestätigungs- oder Freigabesignal erforderlich ist.

5

5. Verfahren nach einem der vorangegangenen Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, daß ein erfolgreiches Weiterleiten des Codepakets vom Anbieter oder der Servicezentrale quittiert und signalisiert wird.

10

6. Verfahren nach Anspruch 5, dadurch gekennzeichnet, daß bis zum erfolgreichen Quittieren der Weiterleitungstransaktion prozessorgesteuert erneut die Übertragungsoperationen gestartet werden.

15

7. Verfahren nach einem der vorangegangenen Ansprüche, gekennzeichnet durch dessen Verwendung zur Ermittlung von Einschaltquoten, zum gezielten Abrufen von Verkehrs-, Reise-, Bahn- und/oder Fluginformationen sowie zum Zugriff auf eine Videodatenbank und zur Marktforschung.

20

8. Verfahren nach Anspruch 2, dadurch gekennzeichnet, daß der Identifikationscode eine Internet-Adresse zum Zugriff auf weitere Produkt- oder Dienstleistungsinformationen enthält.

25

9. Verfahren nach einem der vorangegangenen Ansprüche, dadurch gekennzeichnet, daß eine Orderbestätigung, auch verbunden mit der Übersendung weiterer Produkt- oder Dienstleistungsinformationen zum Kunden mittels SMS oder EMAIL erfolgt.

30

10. Verfahren nach einem der Ansprüche 2 bis 9, dadurch gekennzeichnet, daß über eine Schnittstelle externe Informationen, beispielsweise einer Alarmanlage, eingegeben werden.

35